

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
1 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Perkembangan Bisnis Internet	1
1.1.2 Tentang Astinet.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3.1 Rumusan Masalah.....	11
1.3.2 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.5.1 Kegunaan Akademik.....	13
1.5.2 Kegunaan Bisnis	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15

2.1.1	Rangkuman Teori	15
2.1.2	Penelitian Terdahulu	29
2.2	Kerangka Teori	38
2.3	Hipotesis Penelitian.....	43
2.4	Lingkup Penelitian	44
3	BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.3	Tahapan Penelitian.....	48
3.4	Desain Kuesioner & Skala Pengukuran	48
3.5	<i>Logical Validity</i> atau <i>Content Validity</i>	49
3.6	<i>Readability Test</i>	49
3.7	<i>Pilot Test</i>	50
3.7.1	Uji Validitas.....	50
3.7.2	Uji Reliabilitas	53
3.8	Pengumpulan Data Utama (<i>Main Data Collection</i>).....	53
3.8.1	Populasi dan Sampel	54
3.8.2	Teknik Sampling.....	55
3.8.3	Teknik Pengumpulan Data	56
3.9	Metode Analisis Data	57
3.9.1	Analisis Deskriptif	57
3.9.2	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	59
3.9.3	Pengujian Hipotesis	61
4	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1	Hasil Penelitian dan Pembahasan Karakteristik Responden	62
4.1.1	Jenis Kelamin	62
4.1.2	Usia	63
4.1.3	Skala Usaha	65
4.2	Deskriptif Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Penelitian.....	66
4.2.1	<i>Customer Relationship Management</i>	66
4.2.2	Customer Satisfaction	69
4.2.3	<i>Customer Loyalty</i>	71

4.2.4	<i>Cross-Buying</i>	72
4.3	Hasil Pengujian Statistik	75
4.3.1	Hasil Pengujian Model Pengukuran / <i>Measurement Outer Model</i>	75
4.3.2	Hasil Pengujian Model Struktural / <i>Inner Model</i>	83
4.3.3	Hasil Pengujian Hipotesis	86
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
4.4.1	<i>Cross-Buying</i> Pelanggan Astinet di Indonesia	90
4.4.2	Variabel yang Mempengaruhi <i>Cross-Buying</i> Pelanggan untuk Menggunakan Layanan Telekomunikasi Berdampingan dengan Layanan Astinet	91
5	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran.....	99
5.2.1	Saran Bagi Pelaku Bisnis	99
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	101
	DAFTAR PUSTAKA	102
	LAMPIRAN	102
	BIODATA	10218